

ANALYSE SEMIOTIQUE DES PUBLICITES FRANÇAISES

Penulis: Lina Syawalina

Résumé

Dans le processus d'apprentissage du FLE, le premier contact avec les apprenants est essentiel. L'enseignant doit essayer d'intaurer une atmosphère de confiance réciproque et de susciter dès le début l'intérêt et l'enthousiasme des apprenants. La présentation est un passage obligé, mais que l'enseignant peut rendre agréable et dynamique et soit créatif. Pour appuyer la présentation, il vaudrait mieux que l'enseignant pense à apporter des supports sélectionnés authentiques par exemple des chansons, des films, des extraits littéraires, des publicités, et des photos (de vous-même, de votre famille, vos amis, votre ville, etc.), de photos et objets personnels représentatifs de votre origine et de vos goûts : ticket de bus, places de concerts, cartes postales, dépliants touristiques, publicités... en tout ce qui est à la fois léger mais lourd de représentations. La publicité est une forme de communication dont le but est de fixer l'attention d'une cible visée (consommateur, utilisateur, électeur, etc.) pour l'inciter à adopter un comportement souhaité : achat d'un produit, élection d'une personnalité politique, incitation à l'économie d'énergie, etc.

Mots clés : Analyse sémiotique, publicités françaises.